

Personal Branding Komika Kiky Saputri Dalam Segmen Roasting Politisi Pada Program Lapor Pak!

Ni Nyoman Diah Ayu Wulandari¹⁾, Ni Nyoman Dewi Pascarani²⁾, I Gusti Agung Alit
Suryawati³⁾

1,2,3)Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Udayana

Email: diahayuwulandari704@gmail.com¹⁾, dewi.pascarani@yahoo.com²⁾,

igalitsuryawati@unud.ac.id³⁾

ABSTRACT

Stand-up comedy is a comedy performance performed by monologuing live on stage. Stand-up comedy performances become a stage for comics to display their humor creativity and persona, which is an integral part of building personal branding in the eyes of the audience. The creativity of the material, stand-up technique, persona, determination of humor topics, and comics' appearance on stage can determine the comics' image. The purpose of this study is to describe the personal branding of comedian Kiky Saputri in the Lapor Pak! Program, especially in her stand-up comedy roasting performances to Indonesian politicians. The theory used in this research is The Eight Laws of Personal Branding by Peter Montonya, with a qualitative- descriptive research type. Data was obtained from the observation of 6 (six) videos of Kiky Saputri's roasting to politicians in the Lapor Pak! Program. The results of this study indicate that Kiky Saputri has fulfilled the concept of The Eight Laws of Personal Branding by Peter Montoya with the most prominent law of specialization, the roasting carried out contains an evaluation of the performance of politicians and political education, and there is an interesting term called Backhanded Compliment which refers to the roasting strategy carried out by Kiky Saputri.

Keywords: *Personal Branding, Kiky Saputri, Politicians Roasting, The Eight Laws of Personal Branding.*

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Stand-up comedy menjadi salah satu bentuk humor yang diadopsi dan disajikan secara khusus dalam program televisi. Istilah *stand-up comedy* di Indonesia diperkenalkan oleh Ramon Papan dan rekannya, Harry de Fretes pada tahun 1992 (Widiyastuti, 2020). *Stand-up comedy* merupakan pertunjukan komedi tunggal yang dilakukan oleh seorang Komika (*pelaku stand-up comedy*) dengan cara bermonolog secara langsung di atas panggung. Terdapat beberapa istilah teknik umum dalam *stand-up comedy*, diantaranya *Set-Up*, *Bit*, *Punchline*, *Act Out*, *Impersonate*, *Call Back*, *Roasting*, *One Liner*, dan *Laugh per Minute* (Siregar & Tamsil, 2021). Setiap teknik

dalam *stand-up comedy* merupakan hal dasar untuk membantu kesuksesan komika dalam pertunjukannya, dan dengan penguasaan teknik dan strategi yang konsisten akan berpengaruh terhadap pembentukan persona komika.

Persona dalam *stand-up comedy* diartikan sebagai “*social mask*” (topeng sosial) yang ditampilkan komika kepada audiens (Sihombing, et al., 2019). Hal ini mengacu pada karakter komika dalam menampilkan materinya diatas panggung, sehingga komedi yang ditampilkan dapat menjadi ciri khas bagi komika tersebut. Semakin komika memadukan diri dan kepribadiannya dalam *stand-up comedy*, personanya akan semakin kuat sehingga dapat menampilkan ciri khasnya dibenak audiens. Naessens (2018) menjelaskan bahwa persona dalam *stand-up comedy* sangat berkaitan dengan kepribadian dan identitas, hal ini didukung oleh Rutter (dalam Sihombing, et.al., 2019) yang menjelaskan bahwa *personal branding* juga dapat diimplementasikan dalam dunia *stand-up comedy*, sebagai konstruksi identitas komika melalui penggunaan persona.

Personal branding atau merek pribadi mengacu pada bagaimana seorang individu memangun citra diri atau reputasinya di benak orang lain. Citra tersebut dapat dibangun dari segala sesuatu yang menjadikan seseorang memiliki keunikannya tersendiri dan yang membedakannya dengan orang lain, baik melalui keahlian, kepercayaan, kepribadian, kualitas, dan nilai yang menimbulkan persepsi masyarakat yang pada akhirnya dapat digunakan sebagai alat pemasaran.

Untuk membangun *personal branding* sehingga mudah dan cepat dikenali orang lain, tentunya diperlukan perantara atau media yang mampu menjadi wadah penyampaian informasi terhadap *branding* yang ingin dibangun serta dapat menjangkau khalayak yang lebih luas, salah satunya adalah media televisi. Pengisi acara televisi dapat menggunakan medium ini untuk membangun citranya kepada para audiens, dengan menonjolkan ciri khasnya masing-masing.

Lapor Pak! merupakan salah satu program televisi yang mengusung konsep komedi varietas. Program ini bergenre sketsa komedi dan gelar wicara atau *talk show* dalam konsep latar belakang kantor polisi yang dikemas dengan mengkomedikan kasus-kasus kriminal, isu terkini, dan gosip artis. *Lapor Pak!* tayang perdana di stasiun televisi Trans7 pada Februari 2021 dan tayang setiap hari Senin- Jumat pukul 21.00 WIB. Adapun pembawa acara Program *Lapor Pak!* diantaranya yaitu; Andre Taulany, Wendi Cagur, Andhika Pratama, Kiky Saputri, Ayu Ting Ting, Surya Insomnia, dan Hesti Purwadinata. Bintang tamu yang diundang dalam program cukup

beragam, mulai dari kalangan *public figure*, *tiktokers*, komika, *influencer*, hingga politisi, yang juga akan berpartisipasi mengambil peran.

Sebagai program komedi varietas, *Lapor Pak!* terbagi kedalam beberapa segmen, antara lain segmen interogasi, berita acara pemeriksaan (BAP), sel tahanan, kantor polisi, dan *gimmick* pengungkapan atau penyelesaian perkara. Dari beberapa segmen Program *Lapor Pak!*, terdapat satu segmen khusus *roasting stand-up comedy* yang dilakukan oleh Kiky Saputri kepada beberapa bintang tamu tertentu.

Komika sebagai pelaku *roasting stand-up comedy* biasanya disebut dengan *Roaster*. *Roasting* atau yang berarti “memanggang” merupakan teknik komedi yang mengomentari subjek dengan cara menyindir secara langsung di hadapannya. Dilansir dari *Liveabout* (Bromley, 2019), *roasting* mengacu pada bentuk sindiran yang jelas tertuju kepada subjek. Sindiran dapat berupa kritik dan komentar komika yang kemudian dibawakan dengan satire. Meskipun penyampaian kritik melalui *roasting* cenderung menyindir, tetapi maksud di dalamnya merupakan bentuk pujian yang unik dan penghormatannya meskipun disisipkan di pertengahan atau di akhir humor.

Dilansir pada akun youtube @Trans7Official, segmen *roasting* Kiky Saputri di *Lapor Pak!* berjumlah 17 video yang diantaranya dilakukan kepada politisi, kalangan artis dan komika Indonesia. Video *roasting* Kiky yang diunggah pada kanal youtube @Trans7Official berhasil menarik atensi masyarakat yang dibuktikan dengan *views* mencapai jutaan penonton, ribuan *like & komen*, dan sempat beberapa kali menduduki *trending* di youtube.

Rizhky Nurasly Saputri atau yang dikenal dengan nama Kiky Saputri, merupakan salah satu komika perempuan ternama di Indonesia yang terkenal melalui teknik *roasting stand-up comedy*-nya. Ia juga terkenal dengan *me-roasting* beberapa politisi ternama Indonesia. Hal tersebut bermula dari mengisi jeda program Pojok Rumah Rakyat di TVRI pada tahun 2019 untuk *me-roasting* Fadli Zon yang menjabat sebagai Wakil Ketua DPR RI, kemudian di Kompas TV pada program Rosi tahun 2019, dengan *me-roasting* empat Menteri Kabinet Indonesia Kerja Pemerintahan Presiden Joko Widodo. Berawal dari program tersebut, Kiky telah dikenal sebagai *roaster* yang identik untuk *me-roasting* politisi Indonesia.

Hingga saat ini, Kiky telah banyak menampilkan *roasting*-nya kepada beberapa politisi Indonesia seperti Anis Baswedan, Erick Thohir, Ridwan Kamil, Sandiaga Uno, Zulkifli Hasan,

Giring Ganesha, Cak Imin, Kaesang Pangarep, dan lain-lain. Melalui pertunjukan *roasting stand-up comedy*-nya kepada para politisi Indonesia, Kiky mendapatkan julukan sebagai “*Queen of Roasting*”. Kiky menjadi salah satu komika yang sukses dan berhasil meraih beberapa penghargaan, seperti Anugerah Komedi Indonesia tahun 2022 pada kategori Komedian Wanita Terpilih, penghargaan *Indonesian Comedy Award* tahun 2023 pada kategori Komika *Roasting* Terfavorit, dan penghargaan *Indonesian Comedy Award* tahun 2024 pada kategori Komika Terfavorit. Sejak tahun 2021, Kiky Saputri menjadi salah satu pembawa acara di Program *Lapor Pak!* sekaligus pengisi segmen *roasting stand-up comedy*.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berfokus pada *personal branding* Kiky Saputri sebagai komika *stand-up comedy* melalui teknik *roasting*-nya kepada para politisi Indonesia pada segmen Program *Lapor Pak!*. Untuk mengetahui pembentukan *personal branding* Kiky Saputri, peneliti akan menggunakan konsep *The Eight Law of Personal Branding* oleh Peter Montoya (2002).

KAJIAN PUSTAKA

Program *Lapor Pak!*

Lapor Pak! merupakan salah satu program televisi yang mengusung konsep komedi varietas. Program ini bergenre sketsa komedi dan gelar wicara atau *talk show* dalam konsep latar belakang kantor polisi yang dikemas dengan mengkomedikan kasus-kasus kriminal, isu terkini, dan gosip artis dengan cara penyampaian yang mengundang gelak tawa pemirsa. *Lapor Pak!* tayang perdana di stasiun televisi Trans7 pada Februari 2021 dan tayang setiap hari Senin-Jumat pukul

21.00 WIB. *Lapor Pak!* terbagi kedalam beberapa segmen, antara lain segmen interogasi, berita acara pemeriksaan (BAP), sel tahanan, kantor polisi, dan *gimmick* pengungkapan atau penyelesaian perkara. Terdapat segmen khusus pada program ini, yaitu segmen *roasting* Kiky Saputri yang biasanya digabungkan dengan segmen interogasi.

Pemain dan peran pada Program *Lapor Pak!* diantaranya yaitu; Andre Taulany sebagai Komandan Polisi, Wendi Cagur sebagai Penyidik Polisi, Andhika Pratama sebagai Intel Polisi, Kiky Saputri sebagai Polisi Wanita, Ayu Ting Ting sebagai Petugas Kebersihan, Surya Insomnia sebagai Polisi Lalu Lintas, dan Hesti Purwadinata sebagai Polisi Wanita/ Sekretaris. Bintang tamu

yang diundang seperti; *public figure*, *tiktokers*, komika, *influencer*, hingga politisi, yang juga akan berpartisipasi mengambil peran di dalamnya.

Roasting Stand-Up Comedy

Roasting atau yang berarti “memanggang” merupakan teknik komedi yang mengomentari subjek dengan cara menyindir secara langsung di hadapannya. Komika sebagai pelaku *roasting stand-up comedy* biasanya disebut dengan *Roaster*. Subjek merupakan seseorang yang menjadi sasaran atau target komika dalam melakukan *roasting*. Subjek *roasting* biasanya dilakukan kepada *public figure*, komika, *entrepreneur*, hingga politisi. Pelaksanaan *roasting* juga mengandung etika yang harus dipenuhi komika, seperti persetujuan yang dilakukan oleh komika dan subjek untuk melakukan *roasting*. Materi atau isi humor pada *roasting* yang dipaparkan merupakan hasil dari analisis fakta. Fenomena yang diangkat dalam materi *roasting* biasanya mengandung isu-isu yang terjadi ditengah masyarakat dan diungkapkan dalam bentuk humor kritik.

Personal Branding

Personal branding atau merek pribadi mengacu pada bagaimana seorang individu membangun citra diri atau reputasinya di benak orang lain. Rampersad (2009) menyatakan bahwa *personal branding* merupakan proses dimana manusia dipandang dan dinilai sebagai sebuah *brand* oleh target *market*. Peter Montoya (2002) menyebutkan terdapat beberapa manfaat dari *personal branding*, diantaranya lebih mudah diingat orang lain, meningkatkan kepercayaan dan prestise, menarik perhatian orang yang tepat, menjadi nilai tambah, mendapatkan pengakuan, diasosiasikan dengan tren terkini, dan dapat meningkatkan pendapatan dan kompensasi.

The Eight Laws of Personal Branding

Peter Montoya (2002) menyebutkan bahwa terdapat delapan hukum yang menjadi acuan dalam pembentukan *personal branding* atau yang disebut dengan *The Eight Laws of Personal Branding*. Delapan hukum pembentukan *personal branding* tersebut, yaitu:

1. The Law of Specialization

Ciri khas dari sebuah *personal brand* yang kuat adalah ketepatan pada sebuah spesialisasi yang berfokus pada kekuatan, pencapaian, keahlian, dan bakat khusus yang bersifat istimewa atau

tidak bersifat umum. Spesialisasi dapat dilakukan melalui 7 (tujuh) cara, yakni; *Ability, Behavior, Lifestyle, Mission, Product, Profession, dan Service*.

2. *The Laws of Leadership*

Konsep kepemimpinan mengharuskan *personal branding* untuk mendapatkan pengakuan sebagai ahli atau yang paling kompeten dan kredibel di dalam suatu bidang, kepemimpinan dapat bersumber dari 3 (tiga) hal, yaitu; *Excellence, Position, dan Recognition*.

3. *The Laws of Personality*

Konsep ini menghapuskan beberapa tekanan yang ada pada *The Law of Leadership*. Seseorang harus memiliki kepribadian yang baik, namun tidak harus sempurna, tidak sepenuhnya profesional, tetapi pada dasarnya manusia ingin di terima secara setara.

4. *The Laws of Distinctiveness* Personal brand yang efektif harus dapat mengekspresikan dirinya unik dan berbeda dengan yang lain, supaya dapat lebih unggul dan mudah dikenal oleh khalayak. (Peter Montoya dalam Amalia dan Satvikadewi, 2020), menyebutkan bahwa terdapat 3 (tiga) bentuk keunikan, yaitu; *Behavior, Physicality, dan Lifestyle*.

5. *The Laws of Visibility*

Personal branding harus konsisten dan berkelanjutan agar *personal brand* individu tidak hanya dikenal tetapi juga diingat. Hal ini disebabkan karena penampakan lebih penting daripada keahlian.

6. *The Laws of Unity*

Kehidupan pribadi yang berada di balik *personal brand* harus sejalan dengan etika moral dan sikap yang telah ditentukan dari *brand* tersebut.

7. *The Laws of Persistence*

Prinsip keteguhan menuntut individu untuk tetap setia pada *personal brand* awal yang telah mereka buat, tanpa berniat untuk mengubahnya.

8. *The Laws of Goodwill*

Sebuah *personal brand* akan memberikan hasil yang baik dan bertahan lebih lama, jika seseorang yang memiliki *personal branding* tersebut diasosiasikan dalam hal-hal yang positif seperti nilai atau ide yang secara dianggap umum adalah positif dan berharga.

METODELOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif dan menggunakan paradigma *post positivisme*. Dalam penelitian ini, unit analisis yang digunakan yaitu materi *roasting*, penampilan *roasting* Kiky Saputri kepada para politisi, komentar pada segmen *roasting* Kiky Saputri di youtube @Trans7Official, serta aktivitas Kiky Saputri di media sosial yang dapat mencerminkan *personal branding*-nya sebagai *roaster*. Sumber data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik *purposive sampling* pada video-video *roasting* Kiky Saputri kepada para politisi pada *Program Lapor Pak!*. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini diantaranya ada observasi, metode kepustakaan, dan dokumentasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum

Kiky Saputri atau yang memiliki nama lengkap Rizhky Nurasly Saputri merupakan salah satu komika perempuan Indonesia yang lahir pada tanggal 22 Oktober 1993, di Garut, Jawa Barat. Kiky mengawali karirnya di dunia *stand-up comedy* dengan bergabung di komunitas Standupindo Jakarta Pusat. Kiky cukup aktif dalam komunitas tersebut. Ia aktif mengikuti dan menjuarai beberapa lomba-lomba *stand-up comedy* yang diadakan oleh beberapa perusahaan, kampus, hingga partai politik secara *off air*.

Awal debutnya di TV Nasional, berawal dengan menjadi finalis pada audisi *Stand-up Comedy Academy* (SUCA) Musim 4 yang diselenggarakan oleh Indosiar pada tahun 2018. *Stand-up Comedy Academy* merupakan ajang pencarian bakat komedi tunggal yang cukup populer bagi di dunia hiburan. Kiky berhasil lolos di babak pertama tetapi tereliminasi di babak 24 besar, kemudian memperoleh *wildcard* dan kembali sebagai finalis 20 besar, tetapi hanya berhasil sampai di babak 8 (delapan) besar.

Pada tahun 2019, Kiky Saputri menjadi finalis lomba *stand-up comedy* “Kritik DPR” yang diundang di acara Pojok Rumah Rakyat di TVRI. Pada acara tersebut, Kiky berhasil meraih juara ketiga dengan *me-roasting Fadli Zon* yang menjabat sebagai Wakil Ketua DPR RI. Potongan tayangan *roasting*-nya kemudian diunggah pada akun youtube miliknya dengan judul “*Roasting Pak Fadli Zon Sampai Pucet*” dengan durasi video enam menit. Video tersebut sempat viral di youtube dan banyak warganet yang membagikannya ke media sosial lain, termasuk media sosial X (Puspita, 2019).

Sukses *me-roasting* Fadli Zon, Kiky diundang menjadi bintang tamu pada acara Rosi di Kompas TV untuk *me-roasting* empat Menteri Kabinet Indonesia Kerja Pemerintahan Presiden Joko Widodo. Menteri-menteri tersebut, yakni Susi Pudjiastuti sebagai Menteri Kelautan dan Perikanan, Hanif Dhakiri sebagai Menteri Ketenagakerjaan, Rudiantara sebagai Menteri Komunikasi dan Informatika, dan Retno Marsudi sebagai Menteri Luar Negeri (Puspita dan Maharani, 2019).

Pada penampilannya *roasting*-nya, Kiky akan secara tiba-tiba masuk ke dalam ruangan interogasi dan memulai *roasting*-nya dengan memperkenalkan bintang tamu yang menjadi subjeknya. Kemudian dilanjutkan dengan mengapresiasi subjek sekaligus mengkritisnya dengan pertanyaan-pertanyaan yang pedas sampai subjeknya tidak bisa berkata-kata. Meskipun terdengar menyinggung, tetapi banyak penonton yang terhibur dengan *roasting*-nya.

Sejak penayangannya dari tahun 2021 – 2024, Kiky sudah *me-roasting* sebanyak 17 bintang tamu *Lapor Pak!*. Mulai dari kalangan artis, komika, hingga politisi Indonesia telah menjadi subjek *roasting*-nya. Tidak banyak komika yang melakukan hal serupa, ditengah fenomena kritik pemerintah yang cukup sensitif dilakukan di Indonesia. Kemampuan Kiky dalam melakukan *roasting* kepada politisi dan keberaniannya cukup diakui audiensnya, sehingga dijuluki sebagai “*Queen of Roasting*”. Sederet nama politisi yang telah menjadi subjek *roasting*-nya di *Lapor Pak!* yakni Cak Imin, Anies Baswedan, Erick Thohir, Giring Ganesha, Zulkifli Hasan, dan Ganjar Pranowo.

Roasting yang ia lakukan juga cukup mendapatkan atensi masyarakat, hal ini dapat dilihat dari beberapa video *roasting* Kiky di *Lapor Pak!* yang diunggah pada kanal youtube @Trans7Official berhasil mencapai jutaan *views*, dan beberapa kali menduduki *trending* di youtube. Kiky menjadi salah satu komika yang sukses dan berhasil meraih beberapa penghargaan,

seperti Anugerah Komedi Indonesia tahun 2022 pada kategori Komedian Wanita Terpilih, penghargaan *Indonesian Comedy Award* tahun 2023 pada kategori Komika *Roasting* Terfavorit, dan penghargaan *Indonesian Comedy Award* tahun 2024 pada kategori Komika Terfavorit.

Analisis Hasil Temuan

Berdasarkan hasil temuan yang diperoleh melalui pengamatan terhadap

6 (enam) video segmen *roasting* Kiky Saputri kepada politisi-politisi Indonesia, dapat dianalisis melalui konsep *The Eight Laws of Personal Branding* oleh Peter Montoya sebagai berikut.

1. The Law of Specialization

Kemampuan (*ability*) Kiky Saputri dalam melakukan *roasting* telah dibuktikan melalui julukan yang diberikan kepadanya sebagai "*Queen of Roasting*", dan beberapa penghargaan yang telah ia peroleh sebagai seorang komika.

Spesialisasi tingkah laku (*behavior*) dalam penampilan *roasting*-nya dapat dilihat melalui pembawaan materi *stand-up comedy* dengan cara yang "*blakblakan*" atau terus terang dan terkesan dilakukan secara spontan. Hal ini juga dapat dilihat melalui cara berbicaranya yang cukup tegas dan tajam yang disertai dengan ekspresi wajah yang dinamis.

Penampilan *roasting* Kiky Saputri kepada bintang tamu politisi di *Lapor Pak!* sebagai seorang *roaster* juga diimbangi dengan gaya hidupnya (*lifestyle*) yang terpampang di media sosial X. Kiky Saputri kerap mengunggah beberapa pesan yang mengandung unsur *roasting*, seperti kritik dan sindiran kepada salah satu politisi.

Secara tidak langsung, *roasting* yang dilakukan oleh Kiky Saputri kepada para politisi tidak hanya untuk menghibur semata, melainkan mengandung misi (*mission*) lain yang lebih bermanfaat. Dimana kritik yang terkandung pada materi *roasting* dilakukan sebagai bentuk evaluasi kinerja politisi, dan isu-isu politik yang digunakan dapat menjadi sarana edukasi politik kepada audiens untuk menambah wawasan dan membuka pandangan audiens.

Penampilan *roasting* Kiky Saputri di *Lapor Pak!* menjadi salah satu segmen khusus, karena hanya dilakukan di beberapa episode saja. Terhitung Kiky telah melakukan *roasting* sebanyak 17 kali sejak penayangan *Lapor Pak!* hingga saat ini, dan 6 (enam) diantaranya dilakukan kepada

para politisi. Produk (*product*) dari segmen *roasting* yang dilakukan oleh Kiky Saputri ini cukup mendapatkan atensi audiens yang dibuktikan dengan *views*, *like*, dan komentar pada video-video *roasting* yang diunggah pada akun youtube @Trans7Official serta sempat beberapa kali masuk *trending* di youtube.

Penampilan *stand-up comedy* dengan teknik *roasting* oleh Kiky Saputri telah membawa profesinya (*profession*) sebagai komika dengan sebutan *roaster* karena kerap menampilkan *stand-up comedy* dengan teknik *roasting*.

Spesialisasi pelayanan (*service*) dapat dilihat melalui fungsi *roasting*, dimana *roasting* yang dilakukannya tidak hanya bertujuan untuk hiburan semata tetapi terdapat pesan di dalamnya untuk mengevaluasi kinerja politisi dan edukasi politik bagi audiensnya.

2. *The Laws of Leadership*

Keunggulan (*excellence*) Kiky Saputri dapat diukur melalui kemampuannya dalam melakukan *roasting* dan segmen khusus yang menampilkan *roasting stand-up comedy*-nya di *Lapor Pak!*. Keunggulan tersebut juga dapat dilihat melalui potongan klip segmen *roasting* Kiky Saputri yang secara khusus diunggah pada akun youtube @Trans7Official yang sudah ditonton jutaan *views*, dan mendapatkan ribuan *likes* dan komentar, serta beberapa kali masuk *trending* di youtube. Selain itu, keunggulan Kiky Saputri dapat dilihat melalui keberaniannya dalam mengkritisi isu-isu politisi, ditengah stigma negatif kritik kepada pemerintah di Indonesia dan UU Nomor 19 Tahun 2016.

Keunggulan yang dimiliki Kiky Saputri membawa posisinya (*position*) diakui sebagai *roaster* yang kredibel. Dengan materi yang didasarkan oleh fakta, Kiky membuktikan kredibilitasnya dalam menyampaikan isu-isu politik melalui *roasting*. Serta dengan adanya segmen khusus *roasting* di *Lapor Pak!*, membuktikan bahwa Kiky memiliki posisi khusus melalui kemampuan *roasting*-nya itu.

Melalui penampilan dan kemampuannya dalam membawakan *roasting*, Kiky berhasil memperoleh beberapa penghargaan, seperti Anugerah Komedi Indonesia tahun 2022 pada kategori Komedian Wanita Terpilih, penghargaan *Indonesian Comedy Award* tahun 2023 pada kategori Komika *Roasting* Terfavorit, dan penghargaan *Indonesian Comedy Award* tahun 2024 pada

kategori Komika Terfavorit. Penghargaan tersebut merupakan bentuk pengakuan (*recognition*) masyarakat akan keunggulan dan posisinya dalam melakukan *stand-up comedy*.

3. *The Laws of Personality*

Kepribadian Kiky Saputri dapat dilihat dari gaya humornya yang satire kepada para politisi. Penampilannya menunjukkan bahwa Ia cukup cerdas dan tajam dalam mengkritisi isu-isu pemerintahan. Ia selalu menampilkan dirinya percaya diri terhadap situasi-situasi di atas panggung, dan secara terbuka menyebutkan kritik-kritiknya kepada para politisi. Meskipun dalam penampilannya ia terlihat cukup terbuka, akan tetapi dalam melakukan pertunjukan *roasting* penting untuk mendapatkan persetujuan dari subjek dan melakukan perjanjian terlebih dahulu. Ini merupakan salah satu bentuk etika seorang *roaster* sebelum melakukan *roasting*, sehingga ketersinggungan dan tindakan hukum dapat diantisipasi.

4. *The Laws of Distinctiveness*

Perbedaan yang menjadi ciri khas Kiky Saputri melalui penampilan *roasting*-nya kepada para politisi Indonesia sehingga dapat mengekspresikan dirinya secara unik dan berbeda dapat terlihat dari perilaku, fisik, dan gaya hidupnya. Pertama, perilaku (*behavior*) Kiky Saputri saat melakukan *roasting* menunjukkan perilaku yang berkepribadian pemberani, serius, dan fokus, kemudian secara tegas dan tajam melontarkan apresiasi kemudian disusul dengan pertanyaan dan pernyataan yang satire.

Kedua, perbedaan fisik (*physicality*) Kiky Saputri bentuk tubuh yang khas sehingga mudah untuk di ingat audiens, dimana tinggi Kiky Saputri sekitar 145 cm lebih pendek dari pembawa acara Lapor Pak! lainnya, kemudian memiliki tangan dan kaki yang kecil tetapi dada dan pinggang yang sedikit besar. Dibandingkan dengan pembawa acara *Lapor Pak!* lainnya. Kiky menjadi satu-satunya pembawa acara yang paling pendek diantara yang lain dan sering menjadi bahan komedi.

Ketiga, gaya hidup (*lifestyle*) hidup Kiky Saputri dapat dilihat melalui aktivitasnya di sosial media yang mencerminkan kepribadiannya. Ia cukup aktif dalam mengunggah *cuitan* di media sosial X yang mengandung unsur politik dan terkadang menyinggung sistem pemerintahan dan tokoh politisi Indonesia. Hal ini juga menjadi cerminan gaya hidupnya di *Lapor Pak!* dalam posisinya sebagai seorang *roaster* dan mencerminkan pendekatan *roasting* yang dilakukannya kepada para politisi.

5. *The Laws of Visibility*

Konsistensi Kiky Saputri dalam mempertahankan citranya sebagai seorang *roaster* agar tetap terlihat oleh khalayak dilakukannya pada setiap kesempatan. Salah satunya pada aktivitasnya di media sosial sebagai mencerminkan sikap seorang *roaster*. Kemudian pada konsistensinya dalam strategi *roasting* yang dilakukan, yang dibagi menjadi 3 (tiga) taktik, yaitu pengenalan subjek, penyampaian humor ringan, dan bagian inti *roasting* dengan melontarkan pujian kepada subjek yang sebenarnya merupakan sindiran atau kritik terhadap subjek.

Peneliti menemukan temuan baru sebagai pemaparan pada dalam teori ini, bahwa strategi yang dilakukan Kiky Saputri pada bagian inti *roasting*-nya memiliki istilah yang disebut dengan *Backhanded Compliment* atau dikenal dengan pujian palsu. *Backhanded Compliment* merupakan sebuah istilah dalam bahasa Inggris yang dipopulerkan oleh kamus *Merriam- Webster*, mendefinisikan pujian yang disisipkan dengan sindiran. Secara sederhana, strategi ini dilakukan ketika seseorang yang sebelumnya melontarkan pujian palsu tersebut tidak bermaksud untuk memuji, melainkan menyindir secara halus, kemudian timbul makna ambigu bagi orang yang menerimanya.

6. *The Laws of Unity*

Selaras dengan gaya hidup Kiky Saputri melalui perilaku dan interaksinya di media sosial yang dapat mencerminkan *personal branding*-nya sebagai *roaster* di *Lapor Pak!*. Kiky Saputri menampilkan kepribadiannya melalui *cutitan* di media sosial X yang mengandung humor dan sindiran terhadap berbagai topik yang sedang viral atau kontroversial, terutama yang berkaitan dengan unsur politik baik pemerintahan dan politisi Indonesia. Ia juga melakukan interaksi dengan netizen melalui menjawab komentar-komentar pada media sosialnya dengan cara yang humoris dan terbuka.

Sehingga, dapat diketahui bahwa penampilan *roasting*-nya di *Lapor Pak!* kepada para politisi Indonesia dengan kepribadiannya telah membentuk satu kesatuan. Di dalam materi *roasting*-nya, Kiky sering menyinggung masalah politik yang menjadi kontroversi khususnya yang berkaitan dengan subjeknya, kemudian keterbukaan akan isu dan pandangannya melalui penampilan *roasting*, serta *roasting* yang dapat menghibur audiens sebagai bagian dari esensi humor itu sendiri.

7. *The Laws of Persistence*

Popularitas Kiky tercapai sejak *me-roasting* beberapa politisi Indonesia yang akhirnya membuka peluangnya di industri *entertainment*. Posisinya yang saat ini sebagai pembawa acara tetap di *Lapor Pak!* tidak meninggalkan *brand* yang ia bangun sebagai seorang *roaster*. Dengan adanya segmen khusus *roasting*, memberikan ruang untuknya untuk tetap mempertahankan *brand* nya yang terkenal dengan *me-roasting* politisi-politisi Indonesia. Sampai saat ini, Kiky masih tetap mempertahankan *personal branding*-nya sebagai seorang *roaster* yang sesuai dengan identitas dan *branding* awal mulanya ia berkarir.

8. *The Laws of Goodwill*

Sama halnya dengan penerapan misi pada bagian spesialisasi, *roasting* yang Kiky Saputri lakukan tidak bermaksud menjatuhkan subjeknya untuk tujuan hiburan semata. *Roasting* merupakan teknik mengkritik sekaligus apresiasi yang cerdas, unik, dan menghibur meskipun cenderung satire tetapi banyak nilai-nilai positif yang dapat dipetik. Misalnya untuk komika atau Kiky itu sendiri, *roasting* dapat menjadi media dalam menyuarakan pendapat dan media kreativitas menyampaikan kritik yang dibawakan dengan cara yang cerdas, unik dan menghibur. Selain itu, penampilan *roasting* yang Kiky lakukan kepada para politisi dapat menjadi sarana edukasi politik kepada masyarakat, serta dapat berperan dalam evaluasi terhadap kinerja para politisi dalam memegang jabatan dan tanggung jawabnya.

KESIMPULAN

Kiky Saputri membangun *personal branding*-nya sebagai seorang *roaster* yang kritis, berani, cerdas, kreatif, dan tajam. *Roasting* yang dilakukan kepada politisi-politisi Indonesia sebagai subjeknya kerap menggunakan isu kebijakan politik dan pemerintahan sebagai bagian materi *roasting stand-up comedy*-nya. *Roasting* yang dilakukan Kiky selalu mengandung kritik yang kemudian dibawakan secara satire, hal ini menjadi ciri khas dalam strategi penampilannya. *Personal branding*-nya tersebut telah menjadi bagian dari gaya hidupnya yang terbukti melalui aktivitasnya di media sosial dan interaksinya dengan netizen pada kolom komentar media sosial Instagram dan X.

Kiky Saputri melalui *roasting* yang dilakukannya kepada 6 (enam) politisi Indonesia pada Program *Lapor Pak!* telah memenuhi delapan konsep pembentukan *personal branding* atau *The*

Eight Laws of Personal Branding oleh Peter Montonya (2002) sebagai dasar membentuk personal branding yang kuat. Dari delapan konsep *personal branding* tersebut, terdapat konsep yang paling menonjol yang ditunjukkan oleh Kiky Saputri melalui penampilan *roasting*-nya di *Lapor Pak!*, yaitu pada konsep Spesialisasi (*The Laws of Specialization*) karena kemampuan *roasting*-nya yang telah diakui dengan tiga penghargaan yang diperolehnya dan julukan “*Queen of Roasting*” atas keberanian dan kemampuannya dalam melakukan *roasting*. Kemampuannya itu kemudian membawa profesinya sebagai komika dengan sebutan *Roaster*. Serta produk yang dihasilkan berupa penampilan *roasting* Kiky saputri yang terbatas dan diminati masyarakat terbukti pada jumlah penonton, *like*, komentar, dan trending di youtube.

Roasting yang dilakukan Kiky Saputri pada dasarnya tidak hanya memiliki tujuan untuk menghibur audiens. Berdasarkan hasil analisis *The Eight Law of Personal Branding*, *roasting* yang dilakukannya kepada politisi memiliki peran dalam mengevaluasi kinerja politisi melalui pesan-pesan kritik yang disampaikan melalui materinya, hal ini juga didukung oleh Putri, Dkk. (2022) dalam penelitiannya yang berjudul “Kritik Satire Kepada Pejabat Negara Indonesia Melalui *Roasting Stand-up Comedy* di Youtube”. Selain itu, *roasting* memiliki peran dalam edukasi politik yang secara tidak langsung menambah wawasan audiens terhadap isu-isu politik.

Temuan istilah *Backhanded Compliment* atau pujian palsu yang mendefinisikan strategi yang digunakan Kiky Saputri dalam *roasting*-nya. *Backhanded Compliment* merupakan sebuah istilah dalam bahasa Inggris yang dipopulerkan oleh kamus *Merriam-Webster*. Istilah ini mengacu pada seseorang yang sebelumnya melontarkan pujian yang sebenarnya tidak bermaksud untuk memuji, melainkan menyindir secara halus.

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku

McNally, D. (2002). *Be your own brand*. Berrett-Koehler Publishers.

Montoya, P., & Vandehey, T. (2002). *The personal branding phenomenon: realize greater influence, explosive income growth and rapid career advancement by applying the branding techniques of Michael, Martha & Oprah*. Peter Montoya.

Papana, R. (2016). *Stand-up comedy Indonesia*. Jakarta: Elex Media Komputindo.

Rampersad, H. K. (2009). *Authentic Personal Branding: A new blueprint for building and aligning a powerful leadership brand*. IAP.

Sumber Jurnal atau Penelitian

Naessens, E. D. (2018). *The development of Comic Stage Persona (CSP) in stand-up comedy: An interdisciplinary approach to an intersubjective performance phenomenon*. University of Dublin, Trinity College, Dublin, Ireland.

Sihombing, H. et al. (2020). Persona sebagai *Personal Branding Stand-up Comedian* di Indonesia. *J-IKA: Jurnal Ilmiah Mandala Pendidikan*, 7(4), 28-39.

Widiyastuti, N. (2020). ANALISIS PERSONAL BRANDING KOMIKA ‘MONGOL STRES’DI TELEVISI TAHUN 2014-2018 (PENELITIAN LANJUTAN). *J-IKA: Jurnal Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas BSI Bandung*, 7(2), 123-136.

Sumber Artikel

Bromley. (2019). *Roast in comedy definition* <https://www.liveabout.com/roast-in-comedy-definition-801515> 2 September 2023